

**HUBUNGAN ANTARA ATRIBUT PRODUK DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA DI JAKARTA**

DYAH KARTIKA

8135153347



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***THE CORRELATION BETWEEN PRODUCT ATRIBUTES AND
PROMOTION WITH THE PURCHASE DECISION HONDA SUPRA
MOTORCYCLE IN THE FACULTY OF ECONOMICS STUDENT STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA IN JAKARTA***

DYAH KARTIKA

8135153347



*Building
Future
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

DYAH KARTIKA, Hubungan antara Atribut Produk dan Promosi dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara atribut produk dan promosi dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik Purposive sampling sebanyak 110 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 56,485 + 0,340 X_1 + 0,509 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearty*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $94,102 < 3,08$ dan uji linieritas regresi Y atas X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $94,102 > 3,08$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 3,951$ dan $t_{tabel} = 1,65922$. Nilai koefisien korelasi antara variabel atribut produk (X_1) terdapat keputusan pembelian (Y) sebesar 0,719 dan nilai koefisien korelasi antara variabel promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,765. Jadi, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atribut produk dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atribut produk dan promosi dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,638 yang menunjukkan bahwa 63,8% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh atribut produk dan promosi. Sementara itu, sisanya 36,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Atribut Produk, Promosi

ABSTRACT

DYAH KARTIKA, *The Correlation Between Product Attributes And Promotion With The Purchase Decision Honda Supra Motorcycle In The Faculty Of Economics Student State University Of Jakarta In Jakarta. This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from January to June 2019. The purpose of this study is to determine the correlation between product attributes and promotion with the purchase decisions Honda motor in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used was a Purposive sampling technique of 110 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 56.485 + 0,340 X_1 + 0.509 X_2$. The requirements analysis test is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and yields a significant level of Y worth 0.200, X_1 is 0.200, X_2 is 0.200. Because the significance level of the three variables is > 0.05 , it can be concluded that the data are normally distributed and can be used in subsequent analyzes. The regression linearity test Y for X_1 and Y over X_2 produces a significance value on Linearty, which is $0,000 < 0,05$, so it can be concluded that it has a linear relationship. From the Y significance regression test for X_1 and X_2 it produces $F_{count} < F_{table}$ which is $94.102 < 3.08$ and the regression linearity test Y on X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which is $94.102 > 3.08$, so it is concluded that the regression equation is significant. Next, the t test and Y above X_1 thitung = 3.951 and t table = 1.65922 are carried out. The correlation coefficient between product attribute variables (X_1) has a purchase decision (Y) of 0.719 and the correlation coefficient between the promotion variable (X_2) for the purchasing decision (Y) is 0.765. So, there is a positive and significant relationship between product attributes with purchasing decisions, as well as a positive and significant relationship between promotion with purchasing decisions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between product attributes and promotions with purchasing decisions. The determination coefficient Y for X_1 and X_2 obtained is 0.638 which indicates that 63.8% of the purchase decision variables are determined by product attributes and promotions. Meanwhile, the remaining 36.2% is influenced by other factors.*

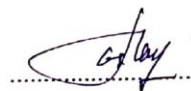
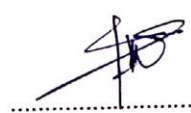
Key word: *The Purchase Decisions, Product Attributes, Promotion*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Ketua Penguji		09 Agustus 2019
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd., M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		09 Agustus 2019
3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		09 Agustus 2019
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		09 Agustus 2019
5. <u>Rvna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		09 Agustus 2019

Tanggal Lulus: 30 Juli 2019..

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Dyah Kartika
NIM.8135153347

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Jadilah orang cerdas, diantara orang-orang pintar. *Lets move!*”
(Dyah Kartika)

“Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”
(QS. Al-Mujadilah : 11)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lainnya)”
(QS. Al-Insyirah: 6 – 7)

“*Education is the most powerful weapon which you can use to change the world.*”
(Nelson Mandela)

Barakallah fii ‘Ilmi, Alhamdulillahirabbil’alamin, Bismillahirrahmanirrahim.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Pendorong kuat motivasi dalam hidup saya, mama, bapak, serta adik-adik saya tersayang yang selalu membawa semangat, doa, serta berkorban dalam setiap langkah kehidupan saya. Dan untuk seluruh saudara, kerabat, sahabat, teman, *partner* organisasi, semua orang yang telah membantu, mendoakan, dan memberikan semangat kepada saya. Serta kepada Ibu Corry dan Maam Ryna yang sangat berjasa dalam membimbing, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT selalu menjaga, melindungi dan memberkahi hidup kita, hingga kelak bertemu di syurga nya yang indah. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, alhamdulillah puji serta syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan begitu banyak rahmat serta nikmat-Nya dengan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Atribut Produk Dan Promosi dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen pembimbing I yang sangat berjasa dalam memberikan waktu, ilmu, motivasi, saran, dukungan, perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis serta selaku dosen pembimbing II yang sangat berjasa dalam memberikan banyak bimbingan, ilmu, telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, perhatian, dukungan, saran yang membangun, motivasi dan juga telah banyak mengajarkan kebaikan selama kehidupan saya di perkuliahan hingga menyelesaikan penelitian ini.

3. Dra. Dientje Griandini M.Pd selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan perhatian, kesabaran yang luar biasa, bimbingan, arahan, dukungan dan waktu serta tenaga selama masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang bermanfaat.
5. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang dengan ikhlas telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu, Bapak Slamet Riyadi dan Ibu Anjar Kurniasih, serta adik saya tercinta Amelia Putri dan adik saya tersayang Fahri Affandi yang selalu memberikan motivasi, dukungan penuh, semangat, menyayangi dengan tulus serta selalu menemani dalam berbagai hal.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2019

Dyah Kartika